

SKRIPSI
PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL,
PROMOSI PENJUALAN, NILAI KEUNTUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
OLAHRAGA NIKE DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:
NAMA : TOMY
NPM : 115160434

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Tomy
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160434
Program Studi : SI Manajemen

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 26 Juni 2020



Tomy

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : TOMY
NIM : 115160434
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL,
PROMOSI PENJUALAN, NILAI
KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA NIKE DI
JAKARTA

Jakarta, 26 Juni 2020

Pembimbing,



Rodhiah Dra., M.M.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tomy
NIM : 115160434
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Promosi Penjualan, Nilai Keuntungan
Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Nike di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 8 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M.
2. Anggota : Yenny Lego, S.E., M.M.

Jakarta, 8 Juli 2020

Pembimbing



(Rodhiah Dra., M.M.)

ABSTRACT

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

TARUMANAGARA UNIVERISTY

JAKARTA

- (A) TOMY (115160434)
- (B) The Effect of Social Media Marketing, Sales Promotion, and Perceived Value on the Purchase Decision of Nike Sports Shoes in Jakarta
- (C) xvi+115 pages. 2020, 21 Tables; 16 Pictures; and 7 Attachment
- (D) **MARKETING MANAGEMENT**
- (E) ***Abstract :** This study aims to check the effect of social media marketing, sales promotion, and perceived value on purchasing decisions for Nike sports shoes in Jakarta. The research design used in this study is a quantitative method with a descriptive approach. Sampling was done using non-probability sampling with a purposive sampling approach, as many as 100 respondents who knew and had used Nike products in Jakarta. Data collection is done by distributing questionnaires online (google-form). The analysis used is structural equation modeling (SEM) using SmartPLS 3 as a tool for analyzing data. The results showed that social media marketing and sales promotion did not have a positive influence on purchasing decisions while the perceived value had a positive effect on purchasing decisions for Nike sports shoes in Jakarta. The results of this study provide an explanation to the decision makers about the decisive when making decisions to buy products that provide feedback in the form of satisfaction or dissatisfaction with the product that has been bought.*
- (F) *Social Media Marketing, Sales Promotion, Perceived Value, Purchase Decision*
- (G) *References 35 (1988-2019)*
- (H) Dra. Rodhiah, M.M.

ABSTRAK

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

- (A) TOMY (115160434)
- (B) Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Promosi Penjualan, dan Nilai Keuntungan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Nike di Jakarta.
- (C) xvi+115 halaman. 2020, 21 Tabel; 16 Gambar; dan 7 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pemasaran media sosial, promosi penjualan, dan nilai keuntungan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Jakarta. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *non- probability sampling* dengan teknik pendekatan *purposive sampling*, sebanyak 100 responden yang mengetahui dan pernah menggunakan produk Nike di Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online (google-form)*. Analisis yang digunakan adalah *structural equation modelling* (SEM) dengan menggunakan SmartPLS 3 sebagai alat untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran media sosial dan promosi penjualan tidak memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan nilai keuntungan memberikan efek pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Jakarta. Hasil penelitian ini memberikan penjelasan kepada para pengambil keputusan bahwa hal terpenting pada saat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk adalah memberikan *feedback* berupa kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang sudah dibelinya.
- (F) Pemasaran Media Sosial, Promosi Penjualan, Nilai Keuntungan, Keputusan Pembelian
- (G) Daftar Acuan 35 (1988-2019)
- (H) Dra. Rodhiah, M.M.